

2019年中国有机奶行业分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国有机奶行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/406555406555.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

有机奶是按有机标准生产，并经第三方严格认证的“最健康，最天然”的奶制品。有机奶强调的是“完全天然”和“全程无污染”，生产加工过程中严禁使用化肥、农药、激素、生长调节剂、饲料添加剂、食品添加剂等人工合成的化学物质，包装、贮藏、运输也都要严格遵照有机食品的相关标准。除此以外，还要求生产厂必须建立完善的质量跟踪审查体系。所以对广大消费者来说，有机奶是“最安全”的奶制品。

目前，关于有机奶的生产过程已经出现较为系统的理论标准，例如360°专属全有机链。从宏观层面来讲，360°专属全有机链主要包含两层意思，首先360°专属全有机链是指一套完整的有机奶生产加工及认证体系，每个环节相互联系，相辅相成；另外一层含义是指有机链上的主要环节，包括有机牧场、有机奶源、有机生产等要素是隶属于同一个企业，而非众多企业的协作，这样可以在一定程度上解决奶源的高品质问题。

近年来，有机食品销量的增长受到多种因素影响，中国消费者越来越关注卫生与健康，关注食物来源和制作途径，而且消费者还可以获得比以往更多的信息来帮助他们在选购时作出决定。

有机食品在这方面让人放心，在一些国家，它甚至代表了“安全”的选择。许多国家的共同之处在于有机婴幼儿配方奶粉市场重的相关性，纯净天然，优势靠前。中国是仅次于美国和欧洲的第三大有机食品市场。近年来有机食品增长强劲，很大程度上归因于中国消费者在食品恐慌和富裕中产阶级的发展之后，开始重视西方有机食品真实性的结果。

全球分国家有机食品市场零售额 数据来源：商务部

在全球范围内，乳制品是有机食品中最主要的品类之一，在许多国家均有强势增长。中国有机乳制品市场正在增长，尽管它仅占乳制品总销售额的1.3%。在婴儿食品的品类中，市场占有率更高，有机产品占其总销量的7%，其中大部分来自澳大利亚、新西兰和欧洲。

有机乳制品各品类市值与增长率 数据来源：商务部

近几十年，中国居民生活水平大幅提高，乳制品已逐渐成为人们膳食结构中重要的组成部分，随着经济的发展，人们对食品营养、食品安全意识增强，中国有机奶市场需求亦将快速发展。有机奶产品是在近几年才开始发展起来的，主要品种是奶粉和液态奶。其中，中国有机奶粉主要以有机婴幼儿奶粉为主，如雅培、澳优等知名品牌均推出有机奶粉系列，市场需求旺盛。

对于有机奶产业而言，加强优质乳业供给也是供给侧改革的要求。有机乳制品开始进入主流销售渠道，消费者愿意为高品质的产品支付溢价，这一趋势已经成为高端有机奶产品消费升级最直接、重要的长期增长动力。据统计，2016年我国有机奶市场规模达到115亿元，伊利的金典有机奶、蒙牛的特仑苏等有机奶品牌增长比较好，预计我国有机奶市场在2020年有望突破200亿元。（JPTC）

【报告大纲】

第一部分 中国有机食品市场发展概况

第一章 中国有机食品发展历程

1.1 探索阶段

1.2 起步阶段

1.3 规范快速发展阶段

第二章 中国有机食品认证

2.1 认证机构数量

2.2 认证规模

2.3 认证程序

2.4 与国际间的互认

第三章 中国有机食品产业发展的成绩及存在的问题

3.1 有机食品产业发展的成绩

3.2 存在的问题

第四章 中国有机奶市场发展

4.1 中国有机奶生产和开发处于起步阶段

4.2 有机奶产品认证

4.3 有机奶国家标准

4.3.1 有机奶源的建设

4.3.2 有机乳制品加工

4.3.3 有机乳制品的标识与销售

第二部分 中国有机奶的生产分析及预测

第五章 中国有机奶源的生产及预测

5.1 有机奶源的建设

5.1.1 建设成本

5.1.2 建设主体

5.1.3 建设的模式

5.1.4 建设规模

5.2 有机奶源的生产

5.2.1 中国奶类产量及奶源的分布

5.2.2 有机奶源产量

5.2.3 知名的有机奶源生产公司（基地）

5.3 未来中国有机奶源的生产预测

5.3.1 建设主体及模式预测

5.3.2 产量预测

第六章 中国有机奶的生产及预测

6.1 有机奶生产企业布局

6.2 有机液态奶的生产

6.2.1 有机液态奶企业布局

6.2.2 有机液态奶生产能力及产量

6.2.3 有机液态奶生产品种和包装

6.3 有机奶粉的生产

6.3.1 有机奶粉企业布局

6.3.2 有机奶粉生产能力及产量

6.3.3 有机奶粉生产品种和产品包装

6.4 销售区域及渠道

6.5 未来中国有机奶的生产预测

6.5.1 产量及分布预测

6.5.2 产品种类预测

6.5.3 销售区域及渠道预测

第三部分 中国有机奶的消费分析及预测

第七章 中国有机液态奶消费分析及预测

7.1 中国液态奶总消费量及市场总规模

7.1.1 液态奶市场总消费量

7.1.2 液态奶市场总规模

7.2 有机液态奶消费量及消费种类

- 7.3 有机液态奶主要消费区域
- 7.4 有机液态奶主要消费品牌
- 7.5 有机液态奶市场规模
- 7.6 国产、国外（进口）有机液态奶主要品牌市场份额
- 7.7 国内外有机液态奶品牌竞争力比较
 - 7.7.1 奶源及产品质量
 - 7.7.2 销售渠道
 - 7.7.3 消费者对产品价值的认知
 - 7.7.4 市场销售价格
- 7.8 未来中国有机液态奶的消费预测
 - 7.8.1 消费量及消费品种预测
 - 7.8.2 消费区域预测
 - 7.8.3 市场竞争格局预测

第八章 中国有机奶粉消费分析及预测

- 8.1 中国奶粉消费总量及市场总规模
 - 8.1.1 中国奶粉消费总量
 - 8.1.2 中国奶粉市场总规模
- 8.2 有机奶粉消费量及消费种类
- 8.3 有机奶粉主要消费区域
- 8.4 有机奶粉主要消费品牌
- 8.5 有机奶粉市场规模
- 8.6 国产、国外（进口）有机奶粉品牌市场份额
- 8.7 国内外有机奶粉品牌竞争力比较
 - 8.7.1 奶源及产品质量
 - 8.7.2 销售渠道
 - 8.7.3 消费者对产品价值的认知
 - 8.7.4 市场销售价格
- 8.8 未来中国有机奶粉的消费预测
 - 8.8.1 消费量及消费品种预测
 - 8.8.2 消费区域预测
 - 8.8.3 市场竞争格局预测

第四部分 中国有机奶企业和品牌分析

第九章 知名有机奶企业和品牌

9.1 主要有机奶知名企业分布

9.2 主要知名企业集团所占市场份额

第十章 中国有机奶市场主要企业和品牌

10.1 中国蒙牛乳业有限公司——特仑苏

- (1) 公司简介
- (2) “特仑苏”有机奶
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.2 内蒙古伊利乳业集团股份有限公司——金典

- (1) 公司简介
- (2) “金典”有机奶
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.3 河北福成五丰食品股份有限公司——福成、白色黄金

- (1) 公司简介
- (2) “福成”、“白色黄金”有机奶
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.4 内蒙古圣牧高科奶业有限公司——圣牧全程有机奶

- (1) 公司简介
- (2) 圣牧全程有机奶
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.5 山东银香大地乳业股份有限公司——归一

- (1) 公司简介
- (2) “古道”和“归一”有机奶

(3) 有机奶源来源

(4) 产品销售区域

(5) 产品价格

(6) 市场份额

10.6 北京归原生态农业发展有限公司——归原

(1) 公司简介

(2) 归原有机奶

(3) 有机奶源来源

(4) 产品销售区域

(5) 产品价格

(6) 市场份额

10.7 北京三元食品股份有限公司——三元极致

(1) 公司简介

(2) 三元极致”有机奶

(3) 有机奶源来源

(4) 产品销售区域

(5) 产品价格

(6) 市场份额

10.8 雅培（广州）营养品有限公司——菁智

(1) 公司简介

(2) 雅培菁智”有机婴幼儿奶粉

(3) 有机奶源来源

(4) 产品销售区域

(5) 产品价格

(6) 市场份额

10.9 澳优乳业（中国）有限公司——能力多有机奶粉

(1) 公司简介

(2) “能力多有机”有机婴幼儿奶粉

(3) 有机奶源来源

(4) 产品销售区域

(5) 产品价格

(6) 市场份额

10.10 德国特福芬公司——特福芬

(1) 公司简介

(2) 特福芬有机奶粉

- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

第十一章 中国知名有机奶品牌特点分析

11.1 市场集中度分析

11.2 有机奶源来源比较分析

11.3 销售区域比较分析

11.4 产品价格比较分析

图表目录：

图表 1 有机产品认证机构名单及信息

图表 2 2018年中国有机食品分类别产品产量

图表 3 2018年中国种植业和加工业分类另U有机产品产量

图表 4 有机食品认证程序

图表 5 染料中重金属类含量指标

图表 6 中国有机产品认证标志

图表 7 中国有机转换产品认证标志

图表 8 中国主要的三种养殖模式的规模和生产组织比较

图表 9 2018年中国奶牛存栏前十的省份不同规模养殖比例情况（%）

图表 10 2018年中国奶牛存栏量分布状况

图表详见报告正文……（GYWZY）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国有机奶行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/406555406555.html>